

■ 소비동향

○ 호주 내 아시아 가공식품은 다음과 같은 주요 요인으로 지속적인 성장을 거듭하고 있음.

- 호주 소비자들은 새로운 음식에 열린 자세로 다가가며 새로운 시도를 좋아하는 성향이 짙음.

- 게다가 슈퍼마켓은 소비층을 막론하고 접근이 용이한 점이 있음.

- 또한 대다수의 아시아 식품군은 신선하며, 또는 아시아 제품에서만 찾아볼 수 있는 면류나 소스, 스낵 제품이 있음.

○ 추세

- 이러한 식품군은 웰빙을 추구하는 호주 소비자 특성과 접근성이 용이한 점포형태가 맞물려 성장이 지속되고 있음. 주요 상품은 쌀 조제품, 면류, 소스 그리고 일본 식품군임.

○ 새로운 맛과 향

- 새로운 맛과 향은 소비자에게 즐거움과 흥미를 유발함.

- 예를 들면 호주 소비자들에게 간장의 풍미는 새로운 형태이며, 소비자들은 기존 칠리소스 이외의 다양한 선택을 할 수 있게 되었음.

○ 브랜드

- 소비자들은 맛뿐만 아니라 때로는 식품의 안정성과 브랜드가 믿을만한지도 눈여겨보는 요소임.

- 서부 브랜드에 대한 믿음도 존재하지만 아시아 식품 브랜드도 점차 인지도가 향상되고 있으며, 이는 단지 호주에 거주하는 아시아계 소비자에게 국한되는 것이 아니며, 슈퍼마켓 선반에 아시아 제품들이 진열되는 것이 흔한 일이 되었음.